



Національний університет водного господарства та природокористування

Кафедра маркетингу

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор по науково-педагогічній,
методичній та виховній роботі

_____ А.О. Лагоднюк
“ ____ ” _____ 2015 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ТОВАРНА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА

Спеціальність 8.03050701 "Маркетинг"

Інститут економіки і менеджменту

Рівне – 2015 рік



Робоча програма "Товарна інноваційна політика" для студентів спеціальності 8.03050701 "Маркетинг". – Рівне: НУВГП, 2015. – 17 с.

Розробники: Мальчик М.В., завідувач кафедри маркетингу, д.е.н., професор
Коваль С.І., старший викладач кафедри маркетингу

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри маркетингу

Протокол від "15" січня 2015 року № 7

Завідувач кафедри маркетингу

(М.В. Мальчик)

"15" січня 2015 року

Схвалено методичною комісією НУВГП спеціальності 8.03050701 "Маркетинг"

Протокол від "19" січня 2015 року № 2

«19» січня 2015 року

Голова _____ (М.В. Мальчик)

© Мальчик М.В.,
Коваль С.І., 2015 рік
© НУВГП, 2015 рік



1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	
Кількість кредитів – 4	Галузь знань 0305 "Економіка і підприємництво"	Вибіркова	
Модулів – 2	Спеціальність 8.03050701 "Маркетинг"	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		5-й	
Індивідуальне науково-дослідне завдання		Семестр	
Загальна кількість годин – 120		9-й	10-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 1,5 / 1,0 самостійної роботи студента – 3,0 / 2,0	Освітньо-кваліфікаційний рівень: магістр	Лекції	
		10 год.	12 год.
		Практичні	
		10 год.	10 год.
		Лабораторні	
		–	–
		Самостійна робота	
		40 год.	38 год.
		Індивідуальні завдання	
		-	-
		Вид контролю	
		Екзамен	Залік

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної роботи становить:

для денної форми навчання – 50,0 % .



2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання даної навчальної дисципліни є формування знань і навичок стосовно обґрунтування маркетингових рішень в процесі стратегічного планування інноваційного процесу для створення комерційно вигідних нових товарів.

Для досягнення мети поставлені такі основні завдання:

- вивчення найуживаніших напрямків розширення функцій маркетингу в стратегічному плануванні інноваційного процесу для створення товарних інновацій;
- оволодіння знаннями щодо основних положень товарної інноваційної політики, засобів сучасного маркетингу нововведень;
- оволодіння навичками самостійного здійснення оцінювання та відбору перспективних ідей нових товарів з використанням комп'ютерної техніки та програмно-математичних комплексів;
- оволодіння навичками розробляти концепцію товарної інновації.

Товарна інноваційна політика – навчальна дисципліна, що вивчає інструментарій планування та організації процесу створення товарних інновацій, які будуть сприяти більш ефективному розвитку підприємства.

Об'єктом навчальної дисципліни є економічна система та процеси, що відбивають різні аспекти товарної інноваційної політики підприємств.

Предметом дисципліни є теоретико-методичні положення та інструментарій управління процесом формування товарної інноваційної політики.

Теоретико-методологічною базою вивчення цієї дисципліни є такі навчальні дисципліни, як: "Макроекономіка", "Мікроекономіка", "Економіка підприємства", "Маркетинг", "Маркетинг промислового підприємства", "Маркетингові дослідження", "Маркетингова товарна політика". Знання з цих навчальних дисциплін дозволять студентам засвоїти теоретичні положення з товарної інноваційної політики, придбати навички в галузі формування політики створення комерційно вигідних нових товарів.

У свою чергу, знання з даної дисципліни забезпечують успішне засвоєння таких навчальних дисциплін, як: "Маркетинговий менеджмент", "Стратегічний маркетинг", "Бренд-менеджмент", а також виконання тренінгів, міждисциплінарних комплексних курсових робіт, магістерських дипломних робіт.

У процесі навчання студенти отримують необхідні знання під час лекційних занять та виконання практичних завдань. Найбільш складні питання винесено на розгляд і обговорення під час семінарських занять. Також велике значення в процесі вивчення та закріплення знань має самостійна робота студентів. Усі види занять розроблені відповідно до кредитно-модульної системи організації навчального процесу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати:

- місце товарної політики підприємства у системі маркетингу;



- зміст і складові формування товарної інноваційної політики на підприємстві;
- ринкові характеристики нового товару, класифікаційні ознаки та види нових товарів; зміст і складові маркетингової підтримки товару;
- основну термінологію, яка супроводжує інноваційну діяльність в сучасних умовах в Україні, виходячи з діючих законодавчих і нормативних актів;
- основні поняття та визначення якості товарів і послуг, показники та методи оцінки якості продуктових інновацій;
- особливості основних етапів планування й організації створення нового продукту в аспекті розвитку та удосконалення товарної інноваційної політики підприємства;
- місце та роль інновацій у системі товарної політики підприємства з урахуванням сучасних світових тенденцій розвитку інноваційних процесів;
- основні принципи творчої діяльності в процесі створення інноваційного товару та сучасні методи і засоби вирішення інноваційних задач;
- принципи функціонального підходу у вартісному аналізі та основні форми ФВА;
- роль технічної естетики та ергономіки у підвищенні конкурентоспроможності товару а також умови забезпечення естетичності нового товару;
- принципи оцінки та види ефективності товарної інноваційної політики;
- показники та методи оцінки економічної ефективності проекту створення нового товару;

вміти:

- формувати та обґрунтовувати стратегії розвитку товарної політики підприємства, використовуючи сучасні прийоми й методи стратегічного планування;
- визначати фактори конкурентоспроможності нового товару; фактори, що стимулюють процес розробки нового товару використовувати сучасні методи і прийоми генерування ідей нових товарів;
- здійснювати вибір складових механізму нормативно-законодавчого, організаційно-інформаційного та маркетингового забезпечення реалізації товарної інноваційної політики;
- аналізувати найбільш реальні шляхи вибору методів ефективного застосування результатів наукових досліджень для створення конкурентоспроможних товарів;
- здійснювати оцінювання та відбір перспективних ідей нових товарів, розробляти концепцію нових товарів;
- використовувати інструментарій тотального менеджменту якості з метою оцінки рівня якості виготовлення та експлуатації нової продукції;
- здійснювати функціонально-економічне обґрунтування інноваційного продукту, враховуючи його зв'язок з маркетинговою діяльністю;
- визначати та оцінювати вимоги до раціонального художнього конструювання нової продукції;
- розрахувати ефективність проекту створення інноваційного продукту, визначити економічний ефект, використовуючи сучасні методики.



3. Програма навчальної дисципліни

9-ий семестр

Змістовий модуль 1. Маркетингове розуміння нового товару. Теоретичні поняття й зміст товарної інноваційної політики підприємств

Тема 1. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту.

Сутність, зміст і роль товарної інноваційної політики підприємства. Завдання товарної інноваційної політики підприємства в сучасній економіці.

Завдання і принципи планування товарної інноваційної політики в умовах трансформації взаємовідносин і взаємодій товарного виробництва й ринку.

Поняття інновації, класифікація інновацій, життєвий цикл інновацій. Значення продуктових та технологічних інновацій у маркетинговій діяльності. Інформаційне забезпечення розробки нових товарів. Організаційне забезпечення інноваційного процесу.

Критерії оцінювання ринкових перспектив інноваційного продукту

Роль служби маркетингу при розробці нового товару

Тема 2. Планування та організація створення нового продукту.

Основні підходи до визначення поняття "новий товар". Економічна сутність та маркетингове розуміння нового товару. Визначення та характеристика нового товару з погляду сучасної концепції маркетингу.

Значення розробки нової продукції для товарної політики підприємств. Ринкові характеристики нового товару. Зміст і складові маркетингової підтримки товару. Значення розробки нової продукції для товарної політики підприємств. Продуктова лінія та асортиментний набір.

Планування продукції та етапи розробки нового товару. Етапи планування процесу створення нового товару. Генерування (розробка) ідей. Проектування товару. Випробування дослідних зразків і доопрацювання виробів.

Тема 3. Сучасні методи та засоби генерування ідей інноваційних товарів.

Загальна класифікація методів рішення інноваційних задач. Етапи творчої діяльності, їх інформаційне, методичне та технічне забезпечення. Джерела ідей створення нових товарів. Програмні продукти, які використовуються для активізації творчих процесів для розробки нового товару.

Класифікація методів та способів вирішення інноваційних задач. Методи прогнозування. Фактографічні методи. Статистичні методи. Експертні методи. Індивідуальні експертні оцінки. Колективні експертні оцінки. "Дельфійський" метод. Сутність логічних методів генерування ідей. Метод генерування з допомогою діаграми ідей. Метод генерування з допомогою матриці ідей. Метод мозкового штурму. Евристичні методи. Методи аналогії: репродукції;



пристосування; копіювання; прецеденту. Методи альтернативного пошуку. Методи інверсії. Системи автоматизованого проектування продукції.

10-ий семестр

Змістовий модуль 2. Практичні основи процесу обґрунтування ефективності інноваційного продукту в системі товарної інноваційної політики

Тема 4: Функціонально-вартісний аналіз (ФВА) інноваційного товару

Принцип функціонального підходу у вартісному аналізі. Головна мета функціонально-вартісного аналізу. Етапи функціонально-вартісного аналізу. Класифікація функцій виробу – об'єктів функціонально-вартісного аналізу. Коригуюча, інверсна та творча форми функціонально-вартісного аналізу, їх зв'язок з маркетинговою діяльністю.

Основні етапи проведення ФВА. Сутність, особливості інформаційного та аналітичного етапів здійснення функціонально-вартісного аналізу. Завдання творчого і дослідницького етапів. Зміст рекомендаційного етапу й етапу впровадження. Участь фахівців маркетингу у здійсненні функціонально-вартісного аналізу.

Тема 5. Дизайн товару

Поняття і роль дизайну при розробці нового товару. Об'єкти та програми дизайну нового товару. Зовнішнє оформлення нового товару.

Сутність і роль технічної естетики та ергономіки у підвищенні конкурентоспроможності нового товару. Умови забезпечення естетичності виробу. Художня виразність. Рациональність форми. Цілісність композиції. Досконалість виробничого виконання.

Фізіологічні показники. Психологічні вимоги. Антропометричні показники. Біомеханічні вимоги. Основні види та особливості художньо-конструкторських документів. Засоби, використовувані при розробці продукту і втілюючи зовнішність продукту.

Тема 6. Оцінка ефективності товарної інноваційної політики

Економічна сутність категорій "ефект" та "ефективність". Актуальність визначення ефекту та ефективності процесу розробки, створення та освоєння виробництва нового товару.

Принципи і критерії оцінювання ефективності інновацій. Показники та методи оцінки економічної ефективності проекту створення нового товару. Види ефекту від реалізації інновацій: науково-технічний, економічний, ресурсний, екологічний. Ефективність соціально-цільової спрямованості. Ефективність соціальних результатів інноваційного проекту.

Найбільш розповсюджені види програмно-інформаційних продуктів, які використовуються для оцінки економічної ефективності.



4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	денна форма					
	усього	у тому числі				
лекції		практ.	лабор.	індив.	сам.роб	
9-ий семестр						
Модуль 1.						
Змістовий модуль 1. Маркетингове розуміння нового товару. Теоретичні поняття й зміст товарної інноваційної політики підприємств						
Тема 1. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту.	21	4	4	-	-	13
Тема 2. Планування та організація створення нового продукту.	21	4	4	-	-	13
Тема 3. Сучасні методи та засоби генерування ідей інноваційних товарів.	18	2	2	-	-	14
Разом за змістовим модулем 1	60	10	10	-	-	40
10-ий семестр						
Змістовий модуль 2. Практичні основи процесу обґрунтування ефектив ності інноваційного продукту в системі товарної інноваційної політики						
Тема 4. Функціонально- вартісний аналіз (ФВА) інноваційного товару	22	4	4	-	-	14
Тема 5. Дизайн товару	22	4	4	-	-	14
Тема 6. Оцінка ефективності товарної інноваційної політики	16	4	2	-	-	10
Разом за змістовим модулем 2	60	12	10	-	-	38
Усього годин	120	22	20	-	-	78
Модуль 2.						
ІНДР	-	-	-	-	-	-
Усього годин	120	22	20	-	-	78



5. Теми практичних занять

Практичне заняття – форма навчального заняття, за якої викладач організовує детальний розгляд окремих теоретичних положень навчальної дисципліни і формує вміння та навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання студентом сформульованих завдань.

Проведення таких занять ґрунтується на попередньо підготовленому методичному матеріалі – тестах для виявлення ступеня оволодіння необхідними теоретичними положеннями, наборі завдань різного рівня складності для розв'язування їх на занятті. Воно включає проведення попереднього контролю знань, вмінь і навичок студентів, постановку загальної проблеми викладачем та її обговорення за участю студентів, розв'язування завдань із їх обговоренням, розв'язування контрольних завдань, їх перевірку, оцінювання.

№ п/п	Назва теми	Кількість годин
9-ий семестр		
1.	Тема 1. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту.	4
2.	Тема 2. Планування та організація створення нового продукту.	4
3.	Тема 3. Сучасні методи та засоби генерування ідей інноваційних товарів.	2
	Всього	10
10-ий семестр		
4.	Тема 4. Функціонально-вартісний аналіз (ФВА) інноваційного товару	4
5.	Тема 5. Дизайн товару	4
6.	Тема 6. Оцінка ефективності товарної інноваційної політики	2
	Всього	10
	Разом	20

6. Самостійна робота

Самостійна робота студента (СРС) – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються студентом самостійно під методичним керівництвом викладача.

Мета СРС – засвоєння в повному обсязі навчальної програми та формування у студентів загальних і професійних компетентностей, які відіграють суттєву роль у становленні майбутнього фахівця вищого рівня кваліфікації.



Навчальний час, відведений для самостійної роботи студентів денної форми навчання, визначається навчальним планом і становить (96 годин) від загального обсягу навчального часу на вивчення дисципліни (144 годин). У ході самостійної роботи студент має перетворитися на активного учасника навчального процесу, навчитися свідомо ставитися до оволодіння теоретичними і практичними знаннями, вільно орієнтуватися в інформаційному просторі, нести індивідуальну відповідальність за якість власної професійної підготовки. СРС включає: опрацювання лекційного матеріалу; опрацювання та вивчення рекомендованої літератури, основних термінів та понять за темами дисципліни; підготовку до практичних, семінарських, лабораторних занять; підготовку до виступу на семінарських заняттях; поглиблене опрацювання окремих лекційних тем або питань; виконання індивідуальних завдань (вирішення розрахункових індивідуальних та комплексних завдань) за вивченою темою; написання есе за заданою проблематикою; пошук (підбір) та огляд літературних джерел за заданою проблематикою дисципліни; аналітичний розгляд наукової публікації; контрольну перевірку студентами особистих знань за запитаннями для самодіагностики; підготовку до контрольних робіт та інших форм поточного контролю; підготовку до модульного контролю (колоквіуму); систематизацію вивченого матеріалу з метою підготовки до семестрового екзамену.

Необхідним елементом успішного засвоєння матеріалу навчальної дисципліни є самостійна робота студентів з вітчизняною та закордонною спеціальною економічною літературою, нормативними актами з питань державного регулювання економіки, статистичними матеріалами.

№ п/п	Назва теми	Кількість годин
9-ий семестр		
1.	Тема 1. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту.	13
2.	Тема 2. Планування та організація створення нового продукту.	13
3.	Тема 3. Сучасні методи та засоби генерування ідей інноваційних товарів.	14
	Всього	40
10-ий семестр		
4.	Тема 4. Функціонально-вартісний аналіз (ФВА) інноваційного товару	14
5.	Тема 5. Дизайн товару	14
6.	Тема 6. Оцінка ефективності товарної інноваційної політики	10
	Всього	38
	Разом	78



7. Методи навчання

Під час лекційного курсу застосовується слайдова презентація (у програмі «Microsoft Power Point»), роздатковий матеріал, ілюстраційні матеріали та схеми.

На практичних заняттях:

- використовується роздатковий матеріал (наочність) для формування у студентів системного мислення, розвитку пам'яті;
- проводиться дискусійне обговорення проблемних питань;
- задаються провокаційні питання.

При викладанні навчальної дисципліни „Товарна інноваційна політика” під час лекційного курсу застосовуються:

- слайдова презентація;
- ілюстраційні матеріали та схеми.

На практичних заняттях застосовуються:

- ситуаційні завдання;
- дискусійне обговорення проблемних питань;
- побудова логічних схем;
- розрахункові вправи;
- роздатковий матеріал (наочність) для формування у студентів системного мислення, розвитку пам'яті.

8. Методи контролю

Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни проводиться в письмовій формі. Контрольні завдання за змістовим модулем включають тестові питання (25 тестів, одна правильна відповідь з чотирьох запропонованих).

Контроль самостійної роботи проводиться:

- з лекційного матеріалу – шляхом перевірки конспектів;
- з практичних занять – на основі перевірки виконаних завдань.

Підсумковий контроль знань відбувається на екзамені у письмовій формі у вигляді екзаменаційних завдань, які включають: теоретичну частину – 25 тестів (одна правильна відповідь з трьох запропонованих); практичну частину – три задачі.

Усі форми контролю включено до 100-бальної шкали оцінки.

Оцінювання результатів поточної роботи (завдань, що виконуються на практичних заняттях, результати самостійної роботи студентів) проводиться за такими критеріями:

1. Розрахункові завдання, задачі (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа):

0 % – завдання не виконано;

40% – завдання виконано частково та містить суттєві помилки методичного або розрахункового характеру;



60% – завдання виконано повністю, але містить суттєві помилки у розрахунках або в методиці;

80% – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки (розмірності, висновки, оформлення тощо);

100% – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень.

2. Ситуаційні вправи, конкретні ситуації та інші завдання творчого характеру (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа):

0% – завдання не виконано;

40% – завдання виконано частково, висновки не аргументовані і не конкретні, звіт підготовлено недбало;

60% – завдання виконано повністю, висновки містять окремі недоліки, судження студента не достатньо аргументовані, звіт підготовлено з незначним відхиленням від вимог;

80% – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки не системного характеру;

100% – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
	для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	відмінно	зараховано
82-89	добре	
74-81		
64-73		
60-63	задовільно	
35-59	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни



9. Розподіл балів, які отримують студенти

Для екзамену / заліку

Поточне тестування та самостійна робота			Підсумковий тест (екзамен)	Сума	Поточне тестування та самостійна робота			Підсумковий тест (залік)	Сума
Модуль № 1					Модуль № 1				
T1	T2	T3	40	100	T4	T5	T6	60	100
20	20	20			15	15	10		

T1, T2... T6 – теми змістових модулів.

10. Рекомендована література

Базова

1. Верещагіна Г. В. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства / Г. В. Верещагіна. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 115 с.
2. Верещагіна Г. В. Управління інноваційними проектами / Г. В. Верещагіна. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. – 127 с.
3. Гордієнко Л. Ю. Інноваційний менеджмент / Л. Ю. Гордієнко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2007. – 146 с.
4. Господарський кодекс України // Офіційний вісник України. – 2003. – № 11. – С. 303–458.
5. Гриньов А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепти, методологія, стратегічне управління / А. В. Гриньов. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2003. – 304 с.
6. Гриньова В. М. Функціонально-вартісний аналіз в інноваційній діяльності підприємства / В. М. Гриньова. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2004. – 124 с.
7. Гриньова В. М. Оцінка результативності інноваційної діяльності підприємства / В. М. Гриньова, Д. С. Бутенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 227 с.
8. Кокурин Д. И. Інноваційна діяльність / Д. И. Кокурин. – М. : Экзамен, 2001. – 575 с.
9. Коюда О. П. Інноваційна діяльність підприємства та оцінка її ефективності / О. П. Коюда, Л. А. Лисенко. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2010. – 223 с.
10. Куліков П. М. Економіка та організація інноваційної діяльності / П. М. Куліков, Д. О. Тищенко, Н. В. Кулешова. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 246 с.
11. Лепейко Т. І. Інноваційний менеджмент / Т. І. Лепейко, В. О. Коюда, С. В. Лукашев. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2005. – 438 с.



12. Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій : Закон України // Інноваційне законодавство України: Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2006. – № 45. – С. 434.
13. Про інноваційну діяльність : Закон України // Інноваційне законодавство України: Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2002. – № 36. – С. 266.
14. Про наукову і науково-технічну діяльність : Закон України // Верховна Рада України. – К. : Парлам. вид-во, 1999. – 31 с.
15. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні : Закон України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2012. – № 19 – 20. – С. 799.
16. Тонєва К. В. Моделювання інноваційних процесів / К. В. Тонєва. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 95 с.
17. Федулова Л. І. Інноваційна економіка / Л. І. Федулова. – К. : Либідь, 2006. – 478 с.
18. Холодний Г. О. Організаційно-економічний механізм реалізації товарної інноваційної політики / Г. О. Холодний, М. А. Борисенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 195 с.
19. Чен Р. М. Інформаційні системи і інноваційній діяльності / Р. М. Чен. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 187 с.
20. Щербак В. Г. Управління торговою маркою в механізмі товарної інноваційної політики підприємства / В. Г. Щербак, Г. О. Холодний, О. В. Птащенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 252 с.
21. Ястремська О. М. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства / О. М. Ястремська, Г. В. Верещагіна, К. В. Тонєва. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2010. – 388 с.
22. Ястремська О. М. Маркетинг інновацій / О. М. Ястремська, К. В. Тонєва. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 115 с.
23. Ястремська О. М. Інноваційна економіка / О. М. Ястремська, Д. О. Ріпка. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. – 227 с.

Допоміжна

24. Афанасьєв М. В. Тренінг формування компетенцій з економіки підприємства : навчальний посібник / М. В. Афанасьєв, Д. О. Тищенко, І. В. Гончарева. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2010. – 328 с.
25. Гаркавенко С. С. Маркетинг / С. С. Гаркавенко. – К. : ЛИБРА, 2002. – 704 с.
26. Гальчинський А. С. Інноваційна стратегія українських реформ / А. С. Гальчинський, В. М. Геєць, А. К. Кінах. – К. : Знання України, 2002. – 305 с.
27. Глазьев С. Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития / С. Ю. Глазьев. – М. : ВлаДар, 1993. – 310 с.
28. Гличев А. В. Основы управления качеством / А. В. Гличев. – М. : Издательство АМИ, 1998. – 478 с.
29. Гончарова Н. П. Маркетинг инновационного процесса : учебное пособие / Н. П. Гончарова, П. Г. Перерва. – К., 1998. – 267 с.



30. Гриньов Б. В. Инноватика / Б. В. Гриньов, В. А. Гусев. – Х. : "Институт монокристаллов", 2004. – 452 с.
31. Денисюк В. А. Аналіз і оцінка інноваційної активності науково-виробничого комплексу у створенні та використанні сучасних технологій / В. А. Денисюк, О. І. Білоконь // Проблеми науки. – 2006. – № 8. – С. 21–28.
32. Дибб С. Практическое руководство по маркетинговому планированию / С. Дибб, Л. Симкин, Дж. Брэдли. – СПб. : Питер, 2001. – 256 с.
33. ДСТУ ISO 9001-2001. Системи управління якістю. Вимоги. – К. : Держстандарт України, 2001. – 24 с.
34. Инновационный менеджмент : справ. пособ. / под ред. П. Н. Завлина, А. К. Казанцева, Л. Э. Миндели. – 2-е изд., пере работ. и доп. – М. : ЦИСН, 1998. – 568 с.
35. Инновационный менеджмент : учебник для вузов / С. Д. Ильенкова, Л. М. Гохберг, С. Ю. Ягудин и др. ; под ред. С. Д. Ильенковой. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 327 с.
36. Инновационный менеджмент : учебн. пособ. / под ред. д.э.н., проф. Л. Н. Оголевой. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 238 с.
37. Исикава К. Японские методы управления качеством / К. Исикава ; пер. с англ. – М. : Экономика, 1998. – 78 с.
38. Кардаш В. Я. Товарна інноваційна політика / В. Я. Кардаш. – К. : КНЕУ, 2002. – 150 с.
39. Кокурин Д. И. Инновационная деятельность / Д. И. Кокурин. – М. : Экзамен, 2001. – 576 с.
40. Кондратьев Н. Проблемы экономической динамики / Н. Кондратьев. – М. : Эко-номика, 1989. – 325 с.
41. Крылов Э. И. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия : учебн. пособ. / Э. И. Крылов, В. М. Власова, И. В. Журавкова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 608 с.
42. Кузнецова А. Я. Финансирование инвестиционно-инновационной деятельности : монография / А. Я. Кузнецова // Институт экономического прогнозирования НАН Украины. – Львів : Львовский банковский институт НБУ, 2005. – 320 с.
43. Медынский В. Т. Инновационный менеджмент : учебник / В. Т. Медынский. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 295 с.
44. Морозов Ю. П. Инновационный менеджмент : учебн. пособ. для вузов / Ю. П. Морозов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 446 с.
45. Окрепилов В. В. Управление качеством : учебник для вузов / В. В. Окрепилов. – 3-е изд., доп. и перераб. – СПб. : ОАО "Издательство "Наука", 2000. – 912 с.
46. Орлов П. А. Менеджмент качества и сертификации продукции : учебное пособие / П. А. Орлов. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2004. – 304 с.
47. Павленко І. А. Економіка та організація інноваційної діяльності / І. А. Павленко, Н. П. Гончарова, Г. Швидаченко. – К. : КНЕУ, 2002. – 152 с.



48. Петрина М. Базові умови створення інноваційної моделі розвитку економіки України / М. Петрина // Економіка України. – 2006. – № 8. – С. 36–40.
49. Пирожков С. Проблеми прискорення інноваційного розвитку / С. Пирожков // Економіст. – 2005. – № 4. – С. 31.
50. Пилюшенко В. Л. Инфраструктура товарного рынка : учебное пособие / В. Л. Пилюшенко, В. И. Дубницкий. – Донецк : Донецкая государственная академия управления, 2001. – 532 с.
51. Полікарпов І. С. Ідентифікація товарів : підручник / І. С. Полікарпов, А. П. Закусілов. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 344 с.
52. Пономаренко В. С. Концептуальні засади управління стратегічним співробітництвом підприємства з іншими суб'єктами для забезпечення інноваційного розвитку / В. С. Пономаренко, Л. Г. Шемаєва // Проблеми науки. – 2006. – № 5. – С. 14–19.
53. Примакова О. Сертификация продукции, товаров, работ, услуг / О. Примакова, О. Пироженко. – Х. : Фактор, 2003. – 264 с.
54. Рунге В. Ф. Основы теории и методологии дизайна / В. Ф. Рунге, В. В. Сеньковский. – М. : МЗ-Пресс, 2003. – 252 с.
55. Саттон Д. Новая наука маркетинга. Маркетинговое управление предприятием / Д. Саттон, Т. Кляйн ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2004. – 240 с.
56. Холодний Г. О. Лізинг в інноваційному механізмі інноваційного розвитку підприємств / Г. О. Холодний. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2007. – 198 с.
57. Экономика предприятия : учебное пособие / под общ. ред. П. А. Орлова. – Х. : РИО ХГЭУ, 2000. – 402 с.
58. Чухрай Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві : підручник / Н. Чухрай, Р. Патора. – К. : КОНДОР, 2006. – 398 с.
59. Шумпетер И. Теория экономического развития: исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита и цикла конъюнктуры / И. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982. – 455 с.
60. Янсен Ф. Эпоха инноваций / Ф. Янсен ; пер. с англ. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 308 с.

11. Інформаційні ресурси

61. Державне агентство з питань науки, інновацій та інформатизації України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.dknii.gov.ua.
62. Статистика України: науковий журнал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
63. Регіони України: статистичний щорічник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.

